

СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ САЙТА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

А.Л. Колесникович, 3 курс

Научный руководитель – Е.В. Мискевич, ассистент, м.э.н.

Полесский государственный университет

Продвижение сайтов – одно из основных мероприятий интернет – маркетинга, широко востребованное на сегодняшнем рынке. С ростом популярности сети Интернет как источника информации в бизнес–среде произошел и логически обусловленный рост спроса на услуги по интернет–маркетингу. Сегодня сложно представить себе организацию, у которой нет сайта. Для коммерческой компании интернет–сайт может выполнять множество функций и решать значительную часть ее задач, прямо или косвенно связанных с главной целью любого бизнеса – получением прибыли.

Раскрутка сайта начинается с формирования его ядра. Для этого нужно определить цель создания сайта, определить маркетинговые задачи, целевую аудиторию, то есть для какой категории пользователей вы делаете сайт. Далее составить запросы, которые подойдут для вашего ресурса. Слова основного ядра должны соответствовать представлениям пользователей о сайте. Можно воспользоваться статистикой ключевых слов в Яндексе, чтобы выбрать высокочастотные запросы. При ошибке в составлении семантического ядра сайт может потерять до 80% посетителей. Поэто-

му необходима оптимизация и наполнение сайта. Перед началом работы нужно проанализировать основные элементы сайта, которые контактируют с поисковыми системами. Прежде всего, это текстовое наполнение страниц, их редактирование с целью исключения переспама (избыточного повторения одних и тех же слов), анализ структуры и количества ссылок, работа с заголовками и мета-тегами [1].

Для потребителей немаловажную роль играет юзабилити сайта, то есть степень соответствия пользовательского интерфейса сайта пожеланиям и предпочтениям целевой аудитории (привлекательность сайта), простоты и удобства поиска информации, совершения интересующих пользователей и владельцев сайта конверсионных действий. Любому человеку, заходя на сайт, ищет интересующую его информацию. Если он ее не находит или она ему не понравилась, он уходит с сайта. Поэтому информация должна быть рассчитана на разные целевые группы. Она должна быть актуальной и правильно поданной. Интересные заголовки, названия рубрик, правильные внутренние баннеры, подсказывающие технические тексты, добавление картинок – все это оказывает огромное влияние на восприятие информации [2].

Необходимо учесть наращивание ссылочной массы. Ссылочная масса – это все ссылки в Интернете, которые могут привести пользователя на ваш сайт. Чем больше этот показатель, тем выше рейтинг в поисковиках. Наращивание ссылочной массы подразумевает внешнюю оптимизацию сайта. Для этого необходимо размещать ссылки на сторонних ресурсах, там, где они привлекут внимание целевой аудитории. Это могут быть социальные ресурсы, а также сайты похожей тематики.

Внешняя оптимизация должна производиться постоянно, необходимо анализировать, верное ли направление выбрано, и вносить корректировки.

Грамотное составление карты сайта обеспечивает поисковым системам и посетителям быстрый доступ к необходимой информации. Ссылки на нее должны находиться на каждой странице, а структуру необходимо сделать понятной и простой. Ее нужно обновлять при добавлении новых страниц. С помощью карты поисковые программы легче индексируют ресурс, что является важным моментом для его продвижения.

Если ресурс "переезжает" на другой адрес, наилучшим способом сохранить его позиции в поисковиках будет установка редиректа с ошибкой 301. Это значит, что пользователь, зайдя на сайт по старому адресу, будет видеть страницу, сообщающую об ошибке 301, и тут же перейдет на новую, где будут сохранены все данные. Все свойства старого URL будут передаваться на новый адрес.

Для успешного продвижения сайта необходимо создание уникального и привлекательного фавикона. Фавикон – это значок или картинка, которая отображается браузером в адресной строке перед URL страницы. Также он присутствует на вкладках открытых страниц. Если иконка будет легко распознаваемой и нестандартной, она привлечет посетителей, а также поможет запомнить и выделить ресурс среди других вкладок.

Иногда пунктом работы со сниппетами пренебрегают, а зря. Он важен для тех компаний, которые не просто хотят занимать верхнее место в рейтинге, но и привлекать клиентов на сайт.

Сниппет – это небольшой текстовый фрагмент, который выводится в результатах поиска. Он позволяет понять приблизительное содержание страницы без перехода по ссылке.

С точки зрения продвижения он важен, так как в нем присутствуют ключевые слова, вводимые пользователем. Вероятность перехода по ссылке в большой степени зависит от эмоций, которые испытывает человек, читая краткую информацию о странице. Следовательно, качество текста на сайте должно быть высоким, чтобы у пользователя возникло желание его посетить.

Важным инструментом продвижения сайта является размещение баннерной рекламы на большей части белорусских серверов и на наиболее посещаемых интернет-ресурсах. При этом баннер должен очень быстро и четко донести информацию до посетителя. Это повысит популярность самого сайта и сможет предоставить доступ потенциальным клиентам для того, чтобы легко обнаружить сайт интернет-магазина.

Необходимо использовать вирусный маркетинг (создание видео-роликов, популярной книги и т.д.). Он не требует огромных финансовых затрат, зато требует креативного мышления и неординарности от создателей вирусного контента.

Возможности Интернета позволяют пользователям делиться друг с другом ссылками на интересные ресурсы, обмениваться мгновенными сообщениями в мессенджерах, делиться картинками, видеороликами, получать информацию в социальных сетях. Каждый третий пользователь Интернета, получив интересное сообщение, передаст его своим знакомым, поэтому вирусный маркетинг

для продвижения своих товаров и услуг используют не только небольшие фирмы, не имеющие средств на традиционные рекламные кампании, но также и корпорации–гиганты [3].

Не так давно стало популярным проведение вебинаров. Вебинар близок по значению к термину семинар, но если семинар подразумевает личную встречу докладчика и слушателей, то вебинар – это интерактивное взаимодействие в режиме онлайн через сеть Интернет. С их помощью можно:

- удаленно информировать клиента о своих предложениях, выгодах сотрудничества;
- отвечать на интересующие потенциального покупателя вопросы;
- поддерживать хорошие отношения с постоянными клиентами, регулярно информируя их в режиме онлайн о новых возможностях вашего продукта;
- привлекать сторонних специалистов к дискуссиям, что способствует быстрому распространению информации о проекте среди профессионалов;
- получать необходимые сведения от заинтересованных лиц и определять дальнейшее развитие проекта исходя из пожеланий клиентов;
- собирать прессу, устраивать брифинги и многое другое.

Важно помнить, что анализ эффективности продвижения и доработки по сайту должны осуществляться постоянно. Необходимо отслеживать рост трафика и создавать планы по дальнейшему развитию ресурса.

Для того чтобы ваши способы по продвижению сайта были эффективными, нужно перестать думать о собственных предпочтениях и начать думать о тех людях, к которым вы обращаетесь. Сделайте все для того, чтобы заинтересованный человек при беглом взгляде на баннер понял, что вы предлагаете – и он пойдет на ваш сайт. Необходимо, чтобы он быстро и удобно смог получить всю информацию, которая необходима для принятия решения о покупке – и он примет это решение. Не нужно забывать о том, что в Интернете работают с людьми, а не с баннерами и сайтами.

Список использованных источников

1. Аксенов, К. Инь и Ян в жизни сайтов / К. Аксенов // Маркетинг идеи и технологии. – 2011. – № 6 (36). – С. 54–57.
2. Данишевская, О. Ключевые техники создания продающего интернет–магазина / О. Данишевская // Маркетинг идеи и технологии. – 2011. – № 8 (38). – С. 36–40.
3. Abiatec [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://abiatec.by/>. – Дата доступа: 05.03.2014.